

**Программа учебной дисциплины  
«Политический менеджмент»**

Утверждена  
Академическим советом ООП  
Протокол №17 от «28» мая 2018 г.

Автор	Васильева В.М., доцент, к.п.н., Порецкова А.А., преп.
Число кредитов	4
Контактная работа (час.)	56
Самостоятельная работа (час.)	96
Курс	1
Формат изучения дисциплины	без использования онлайн курса

**I. ЦЕЛЬ, РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И ПРЕРЕКВИЗИТЫ**

Целью освоения дисциплины «Политический менеджмент» является:

- раскрытие содержание и особенности таких феноменов общественной деятельности как политика, управление, политическое управление и политический менеджмент, а также выявить их взаимное соотношение друг с другом;
- исследование прикладные модели политического менеджмента в современной политической практике в России и за рубежом;
- освоение технологии взаимодействия с целевыми аудиториями политического управления в рамках проведения политических кампаний;
- овладение студентами совокупностью теоретико-методологических знаний в такой отрасли политологического и управленческого знания, как политический менеджмент;
- формирование практических навыков и умений, касающихся прикладных аспектов управления современными политическими кампаниями.

В результате освоения дисциплины студент должен владеть навыками:

- владение методами современной политической науки и навыками их применения в политологических исследованиях;
- владение навыками анализа политических и политологических текстов, способность анализировать фактическую информацию (в том числе представленную в количественной форме) в соответствии с поставленными задачами;

- владение навыками информационной работы при проведении политических кампаний;
- владение технологиями взаимодействия с целевыми аудиториями политического управления в рамках проведения политических кампаний;
- знание основных методов политической диагностики и технологии информационно-аналитического сопровождения управленческой деятельности;
- знание основных методов и технологий ведения политической кампании, а также процедуры и техники реализации основных функций политического менеджмента;
- знание особенностей осуществления политического управления в интернет-пространстве;
- владение техниками и методами ведения политической борьбы с помощью интернет-ресурсов.

Изучение дисциплины «Политический менеджмент» базируется на следующих дисциплинах:

- Политический менеджмент – уровень бакалавра
- Системы государственной службы – уровень бакалавра
- Формирование государственной политики – уровень бакалавра
- Политические коммуникации

Знания и навыки, полученные в ходе изучения дисциплины «Политический менеджмент» могут быть использованы в рамках следующих курсов:

- Новые методы политических кампаний
- Анализ политических рисков
- Взаимодействие с органами государственной власти: GR менеджмент

Для освоения учебной дисциплины студенты должны владеть следующими знаниями и компетенциями:

- знать основные теории и концепции политического менеджмента в управленческой науке; уровни, виды и формы политического управления в системе регулирования общественных отношений. систему взаимоотношений между такими формами регулирования общественных отношений, как политика и политическое управление; сущность и особенности политического менеджмента в условиях современного демократического государства; роль и место управленца в политике, а также во взаимоотношениях между государством и обществом;

- уметь принимать участие в планировании и организации управленческих процессов в рамках проведения политических кампаний;
- использовать знания о политическом менеджменте и политическом управлении для работы в органах власти и местного самоуправления, аппарате политических партий и общественно-политических движений;
- использовать знания о политическом менеджменте для работы в консалтинговых и экспертных структурах;
- применять на практике знания о методах, формах, этапах и процедурах политической диагностики для участия в работе по анализу и консультированию процессов политического управления, а также в работе по описанию и прогнозированию процессов принятия и реализации политических решений в органах власти и местного самоуправления, а также в аппаратах политических партий и общественно-политических движений; проводить политические исследования, включая полевые исследования;
- знать основы применения методик политологического анализа, подготовки информационно-аналитических, справочных материалов и проектов научно-исследовательских аналитических разработок по проблемам политического управления; навыки политической экспертизы;
- получить навыки организации и проведения постоянного мониторинга политических кампаний федерального и регионального уровней; навыки научных и научно-прикладных исследований современных политических кампаний;
- приобрести опыт аналитической деятельности в политическом пространстве, разработки политических проектов, таргетирования целевых аудиторий, разработки стратегии политической кампании, разработки концепций политического исследования.

## **II. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Тема 1. Эволюция политических кампаний**

Эволюционные виды политических кампаний по Пиппе Норрис. Основные критерии эволюции политических кампаний во времени: организация политической кампании, на какой срок планировалась подготовка, как производилась координация, как выстраивалась обратная связь, какие медиа больше всего использовались, какие события/мероприятия, связанные с кампанией, проводились чаще всего, бюджет кампании, лояльность и близость электората. Оценка современных избирательных кампаний в России

на предмет соответствия видам политических кампаний по Пиппе Норрис: особенности регионального контекста.

## **Тема 2. Модель сегментирования ACORN**

Сегментирование по гео-демографическим признакам. Основные особенности модели: границы применимости. Региональные особенности применения гео-демографического сегментирования. Критерии проведения (географические, демографические, гео-демографические). Основные методы, лежащие в основе сегментирования ACORN. Опросник по модели: структура, содержание, основные вопросы. Эволюция применения модели в рамках политического менеджмента.

## **Тема 3. Модель сегментирования: V.A.L.S. и модель Кано**

Сегментирование по поведенческим признакам. Основные особенности модели: границы применимости. Региональные особенности применения поведенческого сегментирования. Критерии: мотив к покупке Vs проявляемые черты характера. Разбивание целевой аудитории на основные типы в соответствии с моделью V.A.L.S. 8 типов избирателей: особенности, характеристики, специфика работы с ними. Опросник по модели: структура, содержание, основные вопросы. Эволюция применения модели в рамках политического менеджмента. Модель Кано как метод эмоционального и поведенческого сегментирования. Адаптация Кано для политического рынка. Структура опросника: основные типы вопросов, базовые варианты ответов. Анализ результатов опросов по модели Кано: выявление особенностей восприятия электоратом и целевыми аудиториями характеристик политика\политической партии. Рекомендации по реструктуризации политического имиджа\бренда по результатам опроса.

## **Тема 4. Модель сегментирования: поколенческое**

Основные особенности модели: границы применимости. Региональные особенности применения поколенческого сегментирования. Установки поколения как основы для сегментирования. Страновые особенности модели. Baby-boomers, поколение X и Y (миллениалы), поколение Z. Основные ценности поколений. Специфика и ключевые каналы коммуникации с ними. Эволюция и ограничения применения модели в рамках политического менеджмента.

## **Тема 5. Модель сегментирования: психографика Ньюмана (Newman) и модель Квалины (Cwalina)**

Основные особенности модели: границы применимости. Региональные особенности применения поведенческого сегментирования. Когнитивные домены, определяющие поведение избирателей. Психографика: 4 типа избирателей. Рациональный, эмоциональный, социальный и ситуационный типы избирателей. Опросник по модели: структура, содержание, основные вопросы. Эмоциональное позиционирование и соотношение с психографикой Ньюмана (Newman). Эволюция и ограничения применения модели в рамках политического менеджмента.

## **Тема 6. Опросные технологии в политических кампаниях**

9 основных видов опросов, проводимые в рамках электоральных кампаний. Какие бывают типы опросов, используемые в электоральных кампаниях? Каковы основные задачи каждого из них? Какие опросы имеет смысл проводить на российском материале, а какие нет? Подумайте над реальными примерами. Какие основные проблемы возникают при использовании опросов в качестве данных? Какие альтернативы опросам можно использовать? В каких случаях замена опросов является оправданной?

## **Тема 7. Фокус-группа как способ получения информации вовремя проведения электоральных кампаний**

Фокус-группа как инструмент получения валидных данных в ходе избирательных кампаний. Негативные последствия, которые могут возникать при проведении фокус-групп. Смешанные стратегии с использованием фокус-групп. Benchmark polls и focus groups. "Switchers" and "Stabilizers": что они могут «рассказать» об избирателях и политиках? Особенности использования фокус-групп в рамках политических кампаний. Границ применимости метода.

## **Тема 8. Медиа в политических кампаниях**

Стратегии позиционирования кандидата в текстуальном и визуальном пространстве медиа. Медиа-эффекты и визуальный фрейминг в политических кампаниях. Медиа-эффекты: повестка дня, прайминг, фрейминг. Основные отличия различных уровней манипулирования повесткой дня. Анализ визуального агитационного материала: есть ли зависимость между контентом изображения и транслируемой идеологией? Особенности текстуального и визуального фрейминга, а также агитационного материала в российском контексте.

## **Тема 9. Каналы коммуникации для политических кампаний и продвижения групповых интересов**

Традиционные и новые медиа: эволюция использования на политическом рынке. Нормативно-правовые основы использования каналов коммуникации в политическом продвижении: мировой опыт и российская специфика. Эффективность, стоимость, охват разных каналов коммуникации для отдельных сегментов электората и целевых аудиторий. Создание и продвижение контента в рамках политических кампаний. Основы SMM, интернет-PR. Отработка негатива и антикризисные коммуникации.

### **Тема 10. Политическая подотчетность и ее значение для выстраивания политической кампании**

Типы подотчетности: политическая и формально-правовая. Акторы, участвующие в отношениях подотчетности. Стратегии контроля в рамках механизма политической и формально-правовой подотчетности: субъективный и объективный подходы к формированию отношений подотчетности. Связь механизма подотчетности и типа избирательной системы: отношения между партией, кандидатом и избирателями. Позиционирование в рамках отношений подотчетности в политических кампаниях. «Ромб Миллера-Стоукса» и его приложение к реальным политическим процессам. Региональная специфика механизма политической и формально-правовой подотчетности в России.

## **III. ОЦЕНИВАНИЕ**

Преподаватель оценивает самостоятельную работу студента (включая участие в групповых проектах и выполнение индивидуальных заданий) и работу студента на семинарских занятиях. Оценки за работу на семинарских занятиях преподаватель выставляет в рабочую ведомость. Накопленная оценка по 10-ти балльной шкале за работу на семинарских и практических занятиях определяется перед итоговым контролем - Оаудиторная.

Накопленная оценка за текущий контроль учитывает результаты студента по текущему контролю следующим образом:

$$O_{\text{накопленная}} = 0,4 \cdot O_{\text{ауд}} (\text{вкл. домашние задания, работу на семинарах и презентации на семинарах}) + 0,3 \cdot O_{\text{презентация по модели сегментирования}} + 0,3 \cdot O_{\text{письменная работа по рефлексии итогов презентаций по моделям сегментирования}}$$

где

$0,3 \cdot O_{\text{презентация по модели сегментирования}}$  - это оценка по 10-ти балльной шкале за групповую презентацию по адаптации модели сегментирования (по выбору) в контексте конкретного российского региона,

$0,3 \cdot O_{\text{письменная работа по рефлексии итогов презентаций по моделям сегментирования}}$  - это оценка по 10-ти балльной шкале за письменную работу по итогам оценки презентаций по моделям сегментирования и их адаптации

Результирующая оценка за дисциплину рассчитывается следующим образом:

$$O_{\text{результ}} = 0,7 \cdot O_{\text{накопл}} + 0,3 \cdot O_{\text{экз}},$$

Где

$O_{\text{экз}}$  – это оценка по 10-ти балльной шкале за написание итогового теста.

Способ округления накопленной оценки и итогового контроля в форме экзамена: арифметический.

Оценка за экзамен будет нормирована относительно самой высокой оценки относительно всех студентов, слушающих курс в этом учебном году.

На передаче студенту не предоставляется возможность получить дополнительный балл для компенсации оценки за самостоятельную и аудиторную работу.

#### **IV. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

##### **Индивидуальное задание. Эволюция политических кампаний**

---

Используя материалы по выборам губернатора Приморского края (2018), дайте оценку того, как проводилась электоральная кампания в этот период.

Ответьте на следующие вопросы:

1. К какому из эволюционных видов политической кампании можно отнести данные выборы?
2. Где возможно (где можно найти соответствующие данные), дайте краткую характеристику выборов губернатора Приморского края по критериям, предложенным Пиппой Норрис: организация политической кампании, на какой срок планировалась подготовка, как производилась координация, как выстраивалась обратная связь, какие медиа больше всего использовались, какие события/мероприятия, связанные с кампанией, проводились чаще всего, бюджет кампании, лояльность и близость электората.
3. Сделайте аргументированные выводы на основе пункта 1 и пункта 2.

Работа делается в группе – в группе должно быть не более 3 человек. Минимальный объем задания – 5000 знаков с пробелами. Одно из главных условий выполнения – это использование эмпирических данных (СМИ, статистика, интервью, экспертные оценки и т.д.) с точными и правильно оформленными ссылками. Второе важное условие – наличие понятной и логичной аргументации.

##### **Задание по моделям сегментирования и структура презентации**

Последующие семинары будут посвящены адаптации моделей сегментирования в реалиях российской политики и с поправкой на особенности региональных режимов в России. Вам необходимо выбрать модель сегментирования из предложенного списка:

1. Модель ACORN
2. Модель V.A.L.S.
3. Поколенческое сегментирование
4. Психографика Ньюмана (Newman)
5. Модель Квалины (Cwalina)

## Структура презентации

1. Сформулировать базовые принципы выбранной модели.
2. Сформулировать в виде аргументов плюсы и минусы выбранной в рамках презентации модели.
3. Объяснить и показать на примерах, для каких целей в рамках политического менеджмента и маркетинга данная модель более всего подходит. Примеры подойдут и реального, и гипотетического характера.
4. Используя материалы семинаров, сформулировать перечень методов (как минимум необходимо инкорпорировать опросы и фокус-группы), которые более всего подходят в качестве стратегии сбора данных в рамках выбранной модели. Вы также можете включить в свою презентацию описание и применение методов анализа данных. Никакие методы не будут лишними, это будет только в плюс. Обратите внимание, что вместе с методами всегда идет база данных, которая должна соответствовать критериям метода. Не стоит исходить из ограниченных баз данных, из гипотетических данных, лучше всего показывать конкретно, как и какие доступные базы данных вы будете использовать.
5. Адаптировать данную модель под региональный контекст. В данном случае мы говорим о региональных выборах. Для презентации вы можете выбрать любой российский регион. Под адаптацией мы понимаем с вами любые аспекты модели: корректировка критериев, корректировка принципов и целей модели и т.д. Не бойтесь сильно видоизменять выбранную модель сегментирования, на этом этапе вы предлагаете уже, по сути, новую модель, которую скорректировали с учетом используемых данных, баз данных и региональной специфики.

## V. РЕСУРСЫ

### 5.1 Основная литература

1. Малкин, Е. Б. Основы избирательных технологий / Е. Б. Малкин, Е. Б. Сучков. – 3-е изд., расш. и доп. – М.: Русская панорама, 2002. – 462 с.
2. The Oxford Handbook of Public Management ed. by Ewan Ferlie, Laurence E. Lynn, Christopher Pollitt. - Oxford Handbooks Online, 2007. URL: <http://www.oxfordhandbooks.com/view/10.1093/oxfordhb/9780199226443.001.0001/oxfordhb-9780199226443>

### 5.2 Дополнительная литература

3. Государственная политика и управление в 2 ч. Часть 2. Уровни, технологии, зарубежный опыт 2-е изд. Учебник для бакалавриата и магистратуры. Под ред. Сморгунова Л.В. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 484 с. – 978-5-534-06763-7. – Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/gosudarstvennaya-politika-i-upravlenie-v-2-ch-chast-2-urovni-tehnologii-zarubezhnyy-opyt-412378>
4. Дмитриев В.В., Дымченко Л.Д. Политология и социология. 2-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для бакалавриата и специалитета. М.: Издательство Юрайт, 2018.



Электронно-библиотечная система Юрайт [Электронный ресурс]. <https://biblio-online.ru/book/politologiya-i-sociologiya-420535>

5. Линец С. И., Ермаков В. П. История политических партий и движений в России. 2-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для академического бакалавриата. М.: Издательство Юрайт, 2018. Электронно-библиотечная система Юрайт [Электронный ресурс]. <https://biblio-online.ru/book/istoriya-politicheskikh-partiy-i-dvizheniy-v-rossii-412296>

### 5.3 Программное обеспечение

№ п/п	Наименование	Условия доступа
1.	Microsoft Windows 7 Professional RUS Microsoft Windows 10 Microsoft Windows 8.1 Professional RUS	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i>
2.	Microsoft Office Professional Plus 2010	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i>

### 5.4 Профессиональные базы данных, информационные справочные системы, интернет-ресурсы (электронные образовательные ресурсы)

№ п/п	Наименование	Условия доступа
<i>Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы</i>		
1.	Электронно-библиотечная система Юрайт	URL: <a href="https://biblio-online.ru/">https://biblio-online.ru/</a>
2.	База справочников Oxford Handbooks Online	URL: <a href="http://www.oxfordhandbooks.com/">http://www.oxfordhandbooks.com/</a>
3.	Консультант Плюс	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i>
<i>Интернет-ресурсы (электронные образовательные ресурсы)</i>		
1.	Российская государственная библиотека	URL: <a href="http://www.rsl.ru">http://www.rsl.ru</a>
2.	Российская национальная библиотека	URL: <a href="http://www.nlr.ru">http://www.nlr.ru</a>

### 5.5 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для лекционных занятий по дисциплине обеспечивают использование и демонстрацию тематических иллюстраций, соответствующих программе дисциплины в составе:

– ПЭВМ с доступом в Интернет (операционная система, офисные программы, антивирусные программы);

– мультимедийный проектор с дистанционным управлением.

Учебные аудитории для самостоятельных занятий по дисциплине оснащены ПЭВМ с возможностью подключения к сети Интернет и доступом к электрон-ной информацион-но-образовательной среде НИУ ВШЭ.